

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi merupakan salah satu faktor yang mendukung perkembangan ekonomi. Dalam industri dan perdagangan, teknologi modern menjadi salah satu motivasi untuk mengembangkan industri dan membuat industri baru. Adanya kondisi seperti ini mengakibatkan produk dan jasa yang ditawarkan semakin meningkat, sehingga pada akhirnya bukan lagi konsumen yang mencari barang tetapi barang yang mencari konsumen atau dengan kata lain perubahan keadaan pasar dari *seller's market* menjadi *buyer's market*.

Munculnya perusahaan-perusahaan baru baik itu yang sejenis maupun berbeda menyebabkan terjadinya persaingan antar perusahaan untuk memberikan yang terbaik bagi konsumen dengan tujuan agar konsumen berminat dan tertarik pada produk yang dikeluarkan. Perusahaan harus berorientasi kepada pasar dan harus memikirkan bagaimana mempengaruhi konsumen agar konsumen dapat menggunakan produk mereka. Untuk dapat bertahan dalam keadaan yang peka terhadap perubahan yang penuh persaingan saat ini, sebuah perusahaan harus dapat menentukan strategi yang dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

Pada awalnya perusahaan terkuat yang memegang operator selular di Indonesia ini hanya ada satu perusahaan. Tetapi pada tahun 2010 ini, operator selular yang ada di Indonesia sudah mencapai 19 operator baik itu GSM maupun CDMA dengan persaingan yang sangat ketat.

Salah satu perusahaan operator selular GSM baru yang ada di Indonesia adalah PT. Natrindo Telepon Selular dengan *brand* AXIS. AXIS berusaha untuk bersaing dengan *brand* lain yang sudah lama mengikuti perkembangan teknologi informasi di Indonesia. Dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, AXIS ingin memberikan yang terbaik sehingga konsumen tertarik dan merasa puas. Tetapi hal itu tidak cukup jika tidak disertai dengan strategi

pemasaran yang baik khususnya promosi. Sehingga diharapkan dengan kegiatan promosi tersebut akan meningkatkan volume penjualan.

Produk yang ditawarkan AXIS terdiri dari *starter pack* dan voucher isi ulang. Dalam penyaluran produk tersebut pihak AXIS bekerjasama dengan perusahaan yang ada di setiap kabupaten sebagai distributor lokal dengan tujuan agar produk dapat dengan mudah dikenal dan sampai ke tangan konsumen, baik itu outlet maupun konsumen akhir atau pemakai.

CV. Sinar Matahari adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang operator selular. Dengan adanya kerjasama antara CV. Sinar Matahari dengan AXIS sejak 26 September 2008, maka CV. Sinar Matahari menjadi salah satu distributor lokal AXIS untuk wilayah kabupaten Sumedang. Sebagai distributor lokal, CV. Sinar Matahari bertanggung jawab atas kegiatan pemasaran dan distribusi *starter pack* AXIS dan isi ulang AXIS baik secara langsung di daerah Kabupaten Sumedang maupun melalui agen/outlet dalam upaya meningkatkan penjualan dan pengembangan jangkauan jaringan penjualan.

Untuk memenuhi tanggung jawab sebagai distributor lokal, CV. Sinar Matahari juga harus mengetahui seberapa besar AXIS dikenal oleh masyarakat, kepuasan pelanggan terhadap produk serta pelayanan distributor dalam menyediakan produk-produk tersebut dan tidak hanya mengandalkan promosi yang dilakukan oleh pihak prinsipal. Tetapi CV. Sinar Matahari harus turut melakukan strategi promosi sendiri agar AXIS dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat kabupaten Sumedang sehingga dapat memperoleh volume penjualan yang lebih optimal.

CV. Sinar Matahari tidak hanya menjual produk AXIS tetapi berbagai produk dari operator selular lain sehingga perusahaan dapat mengetahui perbandingan volume penjualan. Dari perbandingan volume penjualan tersebut, diketahui bahwa pesaing yang peringkatnya tertinggi adalah Simpati untuk perusahaan Telkomsel dan IM3 untuk perusahaan Indosat.

Berdasarkan data penjualan Maret 2009 – April 2010, penjualan produk-produk AXIS di Kabupaten Sumedang belum mencapai target yang telah ditentukan. Target yang harus dipenuhi oleh CV. Sinar Matahari untuk *starter*

pack adalah 2000 unit/bulan untuk bulan Maret – Juli 2009, 2350 unit/bulan untuk bulan Agustus 2009 – April 2010 sedangkan rata-rata penjualan dari Maret 2009 – April 2010 sebesar 82,09% dari target, dan target untuk masing-masing jenis voucher isi ulang 1200 unit/bulan sedangkan rata-rata penjualan dari Maret 2009 – April 2010 sebesar 77,24% dari target. Permasalahan yang menyebabkan tidak tercapainya target ini adalah perusahaan belum menetapkan strategi promosi yang tepat, perusahaan belum mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih operator selular, dan banyaknya pesaing operator selular GSM yang ada di Sumedang. Maka penelitian ini dilakukan untuk membantu CV. Sinar Matahari dalam menentukan strategi promosi yang tepat sehingga diharapkan perusahaan dapat mencapai target penjualan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka pokok permasalahan yang dihadapi oleh CV.Sinar Matahari adalah sebagai berikut :

1. Penjualan untuk semua produk AXIS (*starter pack*, dan voucher isi ulang) belum memenuhi target yang sudah ditetapkan oleh pihak prinsipal.
2. Banyaknya saingan produk.
3. CV. Sinar Matahari belum menetapkan strategi promosi yang tepat selain promosi yang telah ditetapkan oleh pihak prinsipal.
4. Promosi yang sudah dilakukan oleh CV. Sinar Matahari adalah iklan di koran lokal (Sumedang expres), iklan di radio, sponsor acara-acara di wilayah Sumedang, pameran penjualan, penyediaan *salesman*.
5. CV. Sinar Matahari belum mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih operator selular.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Dalam melakukan penelitian mengenai tugas akhir maka dianggap perlu untuk melakukan pembatasan masalah dengan tujuan agar lebih terfokus dalam mengetahui inti permasalahan. Pembatasan masalah tersebut diantaranya :

1. *Promotion mix* yang tidak diamati adalah *direct marketing* karena CV. Sinar matahari belum pernah melakukan bauran promosi ini.
2. Penelitian dilakukan pada konsumen di 4 kecamatan yang memiliki jaringan semua operator selular, yaitu Sumedang Selatan, Sumedang Utara, Tanjung Sari, dan Jatinangor.
3. Pesaing ditentukan berdasarkan data dari perusahaan yaitu Simpati dan IM3.
4. Data biaya promosi dan penjualan CV. Sinar Matahari yang digunakan adalah Maret 2009 - April 2010.

1.4 Perumusan Masalah

Setelah melakukan identifikasi masalah yang akan diamati pada CV. Sinar Matahari, maka rumusan masalah yang ada adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih operator selular ?
2. Bagaimana citra AXIS dibandingkan dengan pesaingnya (Simpati dan IM3)?
3. Usulan apa yang perlu diberikan kepada pihak distributor lokal untuk perbaikan strategi bauran promosi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan dari penelitian pada CV. Sinar Matahari adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih operator selular.
2. Mengetahui citra AXIS dibandingkan dengan pesaingnya (Simpati dan IM3).

3. Memberikan usulan kepada pihak distributor lokal untuk perbaikan strategi bauran promosi.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penganalisaan lebih terstruktur maka sistematika dari penulisan laporan kerja praktek ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang masalah perusahaan, identifikasi masalah yang terjadi pada perusahaan tersebut, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dilakukannya penelitian dan bagaimana sistematika penulisan laporan ini.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini serta metode-metode yang akan dipergunakan dalam pengumpulan data dan pengolahan data.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai langkah-langkah penelitian yang ditampilkan dalam bentuk *flowchart* yang disertai dengan penjelasan untuk masing-masing langkah.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Pada bab ini berisikan mengenai uraian singkat mengenai perusahaan dan produk berdasarkan hasil wawancara, serta hasil dari kuesioner.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini berisi mengenai data-data yang diolah berdasarkan metode-metode yang digunakan dan hasil dari pengolahan data tersebut dianalisis sesuai dengan teori-teori yang bersangkutan.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pengolahan data dan analisis yang dilakukan berdasarkan perumusan masalah, serta memberikan saran kepada perusahaan dalam melakukan perbaikan.